

## A magyar fiatalok több hamisított terméket vásárolnak, és továbbra is kalóztartalmakhoz folyamodnak

- A megkérdezett, 15 és 24 év közötti európaiak több mint fele (52%) nyilatkozott úgy, hogy az elmúlt évben legalább egy hamisított terméket vásárolt az interneten, akár szándékosan, akár véletlenül, egyharmaduk (33%) pedig azt állította, hogy illegális forrásokból fért hozzá digitális tartalmakhoz.
- Azok közül, akik ezt szándékosan tették, 37% vásárolt hamisított terméket és 21% vett igénybe, játszott vagy töltött le, illetve közvetített illegális forrásból származó tartalmat.
- Magyarországon a fiatalok 37%-a vásárolt szándékosan hamisított terméket és 17%-uk vett igénybe tudatosan kalóztartalmat.
- Ugyanakkor a fiatal európaiak 60%-a állította, hogy inkább legális forrásból kíván hozzáférni a digitális tartalmakhoz, szemben a 2019-ben tapasztalt 50%-os aránnyal. Magyarországon ez az arány a fiatalok körében 65%.
- A hamisítványok vásárlásának és a digitális kalózkodásnak továbbra is az ár és a rendelkezésre állás a fő kiváltó oka, de a társak és a társadalom befolyása is egyre meghatározóbb.
- A legfőbb visszatartó tényezők közé tartoznak a kiberfenyegetések, a kibercsalás és a környezeti hatások.

Az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO) által a mai napon közzétett, Intellectual Property and Youth Scoreboard (Eredménytábla az ifjúság szellemi tulajdonhoz fűződő viszonyáról) 2022-es kiadása naprakész információkkal szolgál a fiataloknak a szellemitulajdon-jogok megsértése tekintetében a világjárványt követő időszakban tanúsított magatartásáról.

A felmérés a szellemitulajdon-jogok megsértésének két oldalát vizsgálja: fiataloknál a hamisított áruk vásárlásának és a kalóztartalmak elérésének tendenciáit értékeli 2016 óta.

A megkérdezett fiatalok **több mint fele (52%) vásárolt** szándékosan vagy véletlenül az elmúlt évben **legalább egy hamisított terméket az interneten, egyharmaduk (33%) pedig illegális online tartalmakhoz fért hozzá.**



## Hamisítványok vásárlása

A világvjárvány utáni helyzetet nézve az új felmérés megerősítette, hogy **a fiatalok 37%-a** vásárolt **szándékosan** legalább egy hamisított terméket, ami jelentős növekedést jelent a korábbi eredményekhez képest (2019-ben 14%). Ez az arány országonként jelentősen eltér, a legmagasabb Görögországban (62%), a legalacsonyabb pedig Csehországban (24%).

A fiatalok által leggyakrabban szándékosan vásárolt hamisított termékek a **ruhák és kiegészítők** (17%), ezeket követik a **lábbelik** (14%), az **elektronikus eszközök** (13%), valamint a **higiéniai, kozmetikai és testápoló termékek és az illatszerek** (12%).

A fiatalok azonban azért is vásárolnak hamisítványokat, mert félrevezetik őket: a hamisított termékeket nem szándékosan vásárlók aránya szintén 37%-ot tesz ki <sup>(1)</sup>, és a válaszadók elismerték, hogy **nehézséget okoz számukra az eredeti áruknak a hamisítványoktól való megkülönböztetése**. 48%-uk nem vásárolt ilyen termékeket, illetve nem volt biztos abban.

## Online kalózkodás

Ami a digitális tartalmakat illeti, a legális forrásokból származó tartalmak egyre nagyobb teret nyernek a fiatalabb generációk körében. **60%-uk** azt állította, hogy az elmúlt évben **nem használt, játszott vagy töltött le, illetve nem közvetített illegális forrásból származó tartalmakat**, szemben a 2019. évi 51%-kal és a 2016. évi 40%-kal, ami igazolja a csökkenő tendenciát.

A szándékos kalózkodás azonban továbbra is stabilan tartja magát: a fiatal fogyasztók **21%-a** (egyötöde) elismerte, hogy az elmúlt 12 hónapban **tudatosan fért hozzá kalóztartalmakhoz**. A fiatalok jelentős része azért vett igénybe kalóztartalmakat, mert félrevezették őket. 12%-uk véletlenül fért hozzá kalóztartalmakhoz, 7%-uk pedig nem tudja, hogy tett-e ilyesmit. A főként erre a célra szolgáló weboldalakról, alkalmazásokból és közösségimédia-csatornákról elért kalóztartalmak fő típusai **filmek** (61%) és **televíziós sorozatok** (52%), majd a **zenesámok** (36%) voltak.

Az új eredmények fényében **Christian Archambeau**, az EUIPO ügyvezető igazgatója a következőket mondta:

*Az IP and Youth Scoreboard (Eredménytábla az ifjúság szellemi tulajdonhoz fűződő viszonyáról) [az ifjúság európai éve](#) keretében kiadott harmadik kiadása megerősíti az előző kiadásokban azonosított tendenciákat, és szélesebb körű betekintést nyújt a fiatalok véleményét és hozzáállását illetően. Egy olyan időszakban, amikor az e-kereskedelem és a digitális fogyasztás jelentősen növekszik, a hamisított áruk szándékos és nem szándékos vásárlásának fokozódása aggasztó tendencia. Ami a kalózkodást illeti, az annak ellenére sem csökken, hogy a fiatal fogyasztók egyre inkább a legális forrásokból származó tartalmakat részesítik előnyben. Ez az új*

<sup>(1)</sup> A 2022-es adatok összesítése nem 100%, mivel bármely termék kategóriánál a válaszadók az elmúlt 12 hónapban szándékosan és nem szándékosan is vásárolhattak hamisítványt.

*elemzés értékes eszközként segíti az érdekelt feleket, a szakpolitikai döntéshozókat, valamint az oktatókat és a civil társadalmi szervezeteket abban, hogy a fiatal polgárok és fogyasztók megalapozott döntéseinek támogatása érdekében figyelemfelkeltő kezdeményezéseket alakítsanak ki.*

## **A hamisítványok vásárlásának és a kalóztartalmak igénybevételének fő mozgatórugói**

Míg a hamisított termékek szándékos vásárlásának és a kalóztartalmakhoz való szándékos hozzáférésnek továbbra is az **ár és a rendelkezésre állás** a fő oka, a **társadalom hatása** – például a család, a barátok vagy az ismerősök viselkedése – is jelentős teret nyert.

Egyéb tényezők közé tartozik az, hogy a fogyasztót nem érdekli a termék hamis (vagy a tartalom forrásának illegális) mivolta, nem észlel különbséget az eredeti és a hamisított termék között, illetve könnyebbnek találja a hamisított termék megtalálását vagy megrendelését az interneten. Minden tizedik válaszadó véleményvezérek vagy híres emberek ajánlásait említette.

## **Mi tartja vissza a fiatalokat?**

Mind a termékek, mind a digitális tartalmak esetében a fiatalok a **kibercsalás** és a **kiberfenyegetések** személyes kockázatait említették olyan fontos tényezőkként, amelyek visszatartanak őket. A megkérdezett fiatalok mostanában egyre nagyobb arányban említik a **környezetre** vagy a **társadalomra gyakorolt negatív hatás** tudatosulását.

## **MEGJEGYZÉS A SZERKESZTŐKNEK**

A 2022-es felmérés az [Intellectual Property and Youth Scoreboard](#) (Eredménytábla az ifjúság szellemi tulajdonhoz fűződő viszonyáról) 2016-ban és 2019-ben közzétett első és második kiadását követi. A kutatás célja, hogy feltárja a fiatalok szellemi tulajdonnal kapcsolatos nézeteit és magatartását a digitális tartalmakhoz való hozzáférés vagy a termékek vásárlása során. A 2022. évi kvantitatív elemzést **a 27 uniós tagállamban** 2022. február 7. és 28. között összesen **22 021 15–24 év közötti fiatal** részvételével végezték. A 2022. évi eredménytábla a fiatal fogyasztók hozzáállásával és magatartásával kapcsolatos kvantitatív és kvalitatív meglátásokat tartalmaz, és értékeli az előző, 2019. évi tanulmány óta megfigyelt tendenciákat. Új területeket is lefed, így segítve az érdekelt feleket és a szakpolitikai döntéshozókat abban, hogy testre szabják a szakpolitikai fejleményeket, és megfelelő figyelemfelkeltő kezdeményezéseket dolgozzanak ki.

## **AZ EUIPO-RÓL**

Az alicantei (Spanyolország) székhelyű [EUIPO](#) az EU egyik legnagyobb decentralizált ügynöksége. A 2021-ben [a világ leginnovatívabb szellemi tulajdoni hivatalaként](#) rangsorolt EUIPO végzi a valamennyi uniós tagállamban a szellemi tulajdon védelmét biztosító európai uniós védjegyek (EU-védjegyek) és lajstromozott közösségi formatervezési minták (RCD) lajstromozását. Emellett együttműködési tevékenységet folytat az EU nemzeti és regionális



szellemi tulajdoni hivatalaival, és otthont ad a szellemi tulajdoni jogsértések európai megfigyelőközpontjának.

[A szellemi tulajdoni jogsértések európai megfigyelőközpontja](#) 2009-ben jött létre a szellemitulajdon-jogok védelmének és érvényesítésének támogatása és a szellemi tulajdont érintő európai jogsértések növekvő veszélye elleni küzdelem elősegítése céljából. A megfigyelőközpont a 386/2012/EU európai parlamenti és tanácsi rendelettel, 2012. június 5-én került át az EUIPO-hoz, aminek idén van a tizedik évfordulója.

### **Sajtókapcsolat**

#### **Az EUIPO kommunikációs szolgálata**

Tel.: +34 653 674 113

[press@euipo.europa.eu](mailto:press@euipo.europa.eu)

